

ЗАСТОСУВАННЯ КОРЕЛЯЦІЙНО-РЕГРЕСІЙНОГО АНАЛІЗУ В УПРАВЛІННІ ЦІНОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

APPLICATION OF CORRELATION-REGISTRATION ANALYSIS IN MANAGEMENT PRICE POLICY OF CONFECTIONERY COMPANIES

УДК 338.532

Малинка К.С.

студентка

Національний технічний

університет України

«Київський політехнічний інститут

імені Ігоря Сікорського»

Марченко В.М.

д.е.н., професор кафедри

економіки підприємництва

Національний технічний

університет України

«Київський політехнічний інститут

імені Ігоря Сікорського»

У статті розглянуто проблему важливості управління ціновою політикою. Охарактеризовано сутність цінової політики та роль управління ціною в загальній системі менеджменту вітчизняних підприємств. Проаналізовано ринок кондитерської галузі як однієї з найбільш розвинених та прибуткових галузей економіки України. Проведено характеристики чинників впливу на цінову політику. Виявлено та описано зв'язок між чинниками впливу на цінову політику за допомогою економетричної моделі. Оскільки механізм управління ціновою політикою підприємства можна реалізувати через конкретні важелі впливу на результативну ознаку, то на прикладі конкретного підприємства проведено кореляційно-регресійний аналіз та описано зв'язок між чинниками впливу на ціну. У ході даного аналізу запропоновано використовувати його результати для обфунтування управлінських рішень щодо прогнозування, планування та формування цінової політики на продукції підприємств кондитерської галузі. Придільно увагу значенню ефективності управління ціновою політикою та її ролі в умовах невизначеності ринкової кон'юнктури.

Ключові слова: цінова політика, ціна, чинники впливу, залежність, зв'язок, управління ціновою політикою, система менеджменту, економетричне моделювання, кореляційно-регресійний аналіз.

В статті рассмотрена проблема важности управления ценовой политикой. Охарактеризованы сущность ценовой политики и роль управления ценой в общей системе менеджмента отечественных предприятий. Проанализирован рынок кондитерской отрасли как одной из наиболее развитых и прибыльных отраслей экономики Украины. Дана характеристика факторов влияния на ценовую политику. Выявлены и описаны связи между факторами влияния на ценовую политику с помощью эконометрической модели. Поскольку механизм управления ценовой политикой предприятия можно реализовать через конкретные рычаги влияния на результативный признак, то на примере конкретного предприятия проведен корреляционно-регрессионный анализ и описана связь между факторами влияния на цену. В итоге данного анализа было предложено использовать результаты для обоснования управленческих решений по прогнозированию, планированию и формированию ценовой политики на продукции предприятий кондитерской отрасли. Уделено внимание значению эффективности управления ценовой политикой и ее роли в условиях неопределенности рыночной конъюнктуры.

Ключевые слова: ценовая политика, цена, факторы влияния, зависимость, связь, управление ценовой политикой, система менеджмента, эконометрическое моделирование, корреляционно-регрессионный анализ.

In this article there is considered the problem of the importance of price policy management. The essence of price policy and the role of price management in the general management system of domestic enterprises are characterized. The market of confectionery industry as one of the most developed and profitable branches of economy of Ukraine is analyzed. A description of the factors influencing the pricing policy is conducted. Also it is determined that prices are a weight lever that affects the strength of the confectionery sector and the economy as a whole. After all, it is precisely from the level of prices for goods that depend on the commercial results of the enterprise, and the price policy chosen by it has a long and decisive influence on the efficiency of its work on the market. Also, the relationship between the factors of influence on price policy with the help of the econometric model was revealed and described in the work. As the mechanism of price policy management of the enterprise can be realized through concrete levers of influence on the resultant attribute, the correlation-regression analysis was carried out on the example of a concrete enterprise and the description of the link between the factors of influence on the price. In addition, during the study of this topic an econometric model of linear regression was developed, according to which the description of the influence of the selected factors on the value of the resulting trait was made. For the correlation analysis of factors' influence on net profit as the main indicator reflecting the effectiveness of the management of price policy, an appropriate statistical sample was generated according to the financial statements of the selected confectionery industry of Ukraine. Also in this article as a result of regression analysis were determined the regression coefficients and the regression equation. In consequence of the research in the course of this analysis, it was proposed to use its results to substantiate managerial decisions regarding forecasting, planning and pricing policy for the products of the confectionery industry. The attention paid to the value of the management of price policy and its role in conditions of uncertainty in market conditions.

Key words: price policy, price, factors of influence, dependence, connection, price policy management, management system, econometric modeling, correlation-regression analysis.

Постановка проблеми. Той факт, що саме від ціни товару залежить його успіх або невдача, сьогодні не потребує доказів. Проте так було не завжди. Важливість ціноутворення недооцінювалася протягом багатьох років. Дослідження, проведені в 1950-х роках, показали, що більша частина фірм або механічно встановлювала ціни на основі витрат, або слідувала ціноутворенню конкурентів.

На сучасному етапі розвитку економіки, усвідомивши важливість цінової політики, провідні компанії світу для реалізації своїх цілей та збільшення

прибутковості звернули увагу на розроблення та вдосконалення своєї цінової політики. Крім того, змінилися погляди на техніку обліку витрат, багато фірм проводять дослідження ринку, щоб краще усвідомити мотивацію споживачів, вивчають діяльність конкурентів.

Складність цінової політики полягає у тому, що ціна – категорія кон'юнктурна. На неї впливає комплекс політичних, економічних, психологічних та соціальних чинників. Сьогодні ціна може визначатися виходячи з витрат, а завтра її рівень може

залежати переважно від психології та поведінки покупців. Тому у зв'язку з постійним підвищенням значущості цінової політики як для виробників, так і для споживачів досліджувана тема є актуальною та потребує подальшого аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Викладена проблема досить широко обговорюється в наукових колах як на національному, так і на міжнародному рівні.

В Україні проблема управління ціновою політикою викликала неабиякий інтерес серед наукової спільноти. Вивченню даної тематики присвячують свої праці багато вчених-економістів: Л.В. Балабанова, Т.В. Дудка, О.В. Шестак, В.М. Руденко.

Значним внеском у дослідження різних аспектів формування та управління ціною є роботи Д.М. Марченко, Ю.Г. Тормоса, Л.О. Чорної, С.І. Наконечного, Є.В. Шишкіна, О.В. Косинської та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення сутності цінової політики та її значення в умовах невизначеності ринкової економіки, а також виявлення найбільш вагомих чинників впливу на процес управління ціновою політикою. Оскільки механізм управління ціновою політикою підприємства можна реалізувати через конкретні важелі впливу на результативну ознаку, то метою дослідження також є виявлення та опис зв'язку між цими величинами за допомогою економетричної моделі, а саме багатофакторного кореляційно-регресивного аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сучасний кондитерський ринок України є одним із найбільших секторів харчової промисловості, характеризується стабільністю та стрімким зростанням, а також показує низький рівень вразливості до негативних спадів в економіці країни та світу в цілому. Сьогодні український кондитерський ринок майже нічим не відрізняється від європейського, оскільки вітчизняні виробники пропонують різноманітний асортимент кондитерської продукції

Ціни на кондитерські вироби в Україні в період із 2012 по 2018 р. та нині постійно зростають у зв'язку зі збільшенням витрат виробництва. Зокрема, середні ціни на кондитерські вироби збільшилися за останні шість років на 71,4%. Зростання у 2018 р. спостерігалось на рівні 0,8% (середній показник для всіх регіонів України).

Це свідчить про те, що ціни є ваговим важелем, який впливає на потужність кондитерського сектору та економіки у цілому [2], адже саме від рівня цін на товари залежать комерційні результати діяльності підприємства, а вибрана ним цінова політика справляє тривалий і вирішальний вплив на ефективність його роботи на ринку

Зазначимо, що цінова політика являє собою сукупність економічних та організаційних заходів, спрямованих на досягнення за допомогою цін високих результатів підприємницької діяльності, вихо-

дячи із цілей ціноутворення (одержання високого прибутку, забезпечення сталого збуту тощо) [1].

Процес управління ціновою політикою підприємства полягає у тому, щоб установити на свій товар таку ціну і змінювати її залежно від ситуації на ринку так, щоб опанувати певний його сегмент, досягти бажаного обсягу прибутку, тобто вирішити завдання, пов'язане з реалізацією товару в певній фазі його життєвого циклу, відреагувати на діяльність конкурентів тощо [3].

Згідно із цим, цінність ефективної системи управління ціновою політикою у загальній системі управління підприємством є досить вагомою. Для ефективного функціонування підприємства представникам управлінської ланки необхідно повноцінно розуміти важливість чинників впливу на цінову політику та їх кореляцію з іншими показниками ефективності діяльності. Це дасть змогу сформувати чітке уявлення щодо системи управління та важелів впливу на неї.

Для того щоб конкретизувати систему взаємних впливів економічних чинників на цінову політику (результуючу ознаку), нами пропонується використання методу кореляційного-регресійного аналізу [5]. Його вибір обґрунтовується тим, що за допомогою даної методики можна визначити ступінь залежності між детермінантами, а саме тісноту їхнього впливу один на одного (за методикою парної регресії), а також спрогнозувати взаємозалежну поведінку показників у майбутньому.

Оскільки основним результатом ефективного управління ціновою політикою на підприємстві є отриманий прибуток, тому як результативну ознаку буде доцільним використати показник чистого прибутку. Серед чинників впливу на чистий прибуток, що найбільш підконтрольні під час організації процесу управління ціною, є витрати, тому для проведення розрахунків використано дані про витрати на підприємстві «ПрАТ «Кондитерська фабрика «АВК» м. Дніпро» [8].

Для проведення кореляційно-регресійного аналізу необхідно сформувати вибірку статистичних даних. Візьмемо офіційні дані фінансового звіту ПрАТ «Кондитерська фабрика «АВК» м. Дніпро» у річному вимірі. Вибір лише річних показників є виправданим, оскільки для даного підприємства обіг коштів становить один рік і такі важливі показники, як, наприклад, прибуток чи рентабельність, розраховуються за рік. Для аналізу взято вибірку даних за п'ять років (2012-2017 рр.).

Зазначимо, що кореляційний аналіз дає змогу оцінити тісноту зв'язку між чистим прибутком та сукупністю ознак, вибраних для дослідження, за допомогою коефіцієнта множинної кореляції. Чим ближче значення коефіцієнта до одиниці, тим тісніший зв'язок досліджуваної ознаки та чистого прибутку.

Згідно з існуючою системою методів, метод регресійного аналізу дає можливість спрогно-

зувати результуючий фактор через незалежні ознаки:

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 + a_3X_3 + a_4X_4 + a_5X_5,$$

де Y – чистий прибуток від реалізованої продукції;

X_1 – витрати на утримання та експлуатацію основних фондів;

X_2 – витрати на збут;

X_3 – адміністративні витрати;

X_4 – матеріальні витрати.

Для кореляційного аналізу впливу чинників на чистий прибуток як основного показника, що відображає ефективність управління ціновою політикою, було сформовано відповідну статистичну вибірку за даними фінансової звітності ПрАТ «Кондитерська фабрика «АВК» м. Дніпро» (табл. 1) [11].

Результати кореляційного аналізу представлено в табл. 2.

Для якісної оцінки тісноти зв'язку було використано шкалу Чеддока [10], згідно з якою можна зробити висновки, що зв'язок між прибутком від реалізованої продукції та витратами на збут достатньо тісний, оскільки він становить 0,97. Між витратами на утримання та експлуатацію основних фондів та прибутком від реалізованої продукції також зв'язок доволі сильний, оскільки він становить 0,98.

Отже, можна говорити про те, що на прикладі аналізованого підприємства протягом періоду спостереження була висока ступінь прямого лінійного взаємозв'язку між чистим прибутком реалізованої продукції (Y) та показниками витрат на утримання

та експлуатацію основних фондів (X_1), витрат на збут (X_2).

Визначивши фактор, який має найбільший вплив, проведемо щодо нього регресійний аналіз.

Методи регресійного аналізу дають змогу оцінити щільність зв'язку між ознаками та сформулювати уявлення про вид цього зв'язку у вигляді рівняння, що описує залежність між середнім значенням однієї залежної ознаки та значеннями незалежних факторів, вплив яких на залежну ознаку необхідно оцінити [6].

У результаті регресійного аналізу було визначено коефіцієнти регресії та визначено рівняння регресії, яке має такий вигляд:

$$Y = -830340 + 52,14637X_1 + 5,197721X_2 + 5,052455X_3 + 1,368372753X_4.$$

Якість цієї економетричної моделі визначається відповідними показниками, зокрема коефіцієнтом детермінації.

Коефіцієнт детермінації: $R^2 = 0,93$, говорить про те, що на 93% значення результуючої ознаки (чистий прибуток від реалізованої продукції) визначається значеннями пояснювальних змінних, а на 7% – іншими показниками.

Ураховуючи велику кількість чинників, які впливають на прибуток від реалізованої продукції, отриманий результат вважаємо досить значним. Загалом обчислене значення коефіцієнта детермінації говорить, що зазначена регресійна модель є якісною, оскільки скоригований коефіцієнт детермінації близький до 1.

Важливість усіх аналізованих показників, що підтверджується їхніми коефіцієнтами кореляції

Таблиця 1

Вхідні дані для кореляційно-регресійного аналізу

Період	Чистий прибуток реалізованої продукції (Y)	Чинники впливу				
		Витрати на утримання та експлуатацію основних фондів, тис. грн (X1)	Витрати на збут, тис. грн (X2)	Адміністративні витрати, тис. грн (X3)	Матеріальні витрати, тис. грн (X4)	Інші операційні витрати (X5)
2012	231623	16734	1167	18956	67413	14896
2013	256258	16947	1289	18348	66894	14267
2014	287564	17555	1483	19961	68272	15934
2015	413277	17433	3337	18508	162018	16389
2016	753641	20966	42545	21031	122727	16541
2017	821691	21067	44792	26215	138301	12599

Джерело: складено авторами на основі [11]

Таблиця 2

Результати кореляційного аналізу

	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄
Y	1				
X ₁	0,982276967 (достатньо тісний)	1			
X ₂	0,977719491 (достатньо тісний)	0,960920168	1		
X ₃	0,822154859 (тісний)	0,8215824	0,811601427	1	
X ₄	0,675496631 (помірний)	0,538912233	0,516968982	0,392474297	1

Джерело: складено авторами

з обсягами чистого прибутку, є цілком логічною та зрозумілою.

Зокрема, суттєвий взаємозв'язок між чистим прибутком реалізованої продукції та витратами на збут пояснюється тим, що дані витрати набувають особливого значення через дію ринкового принципу: головне – не виробити товар, а його продати [9]. Тому сума цих витрат, що складається не лише з витрат на пакування готової продукції, її транспортування, а й включає витрати на рекламу та дослідження ринку, що відіграють велику роль у просуванні готової продукції. Сила зв'язку, яка була виявлена в результаті кореляційно-регресійного аналізу, вказує на залежність прибутку від витрат на збут та означає, що зниження даних витрат призведе до зниження собівартості та водночас до збільшення чистого прибутку, і навпаки.

Вплив витрат на утримання та експлуатацію основних фондів пояснюється тим, що стан обладнання, яке використовується для виробництва продукції, позначається на обсягах виробництва та якості продукції. Потужність обладнання, фізичний та моральний знос, необхідність у ремонті – усе це позначається на витратах даної статті, що, своєю чергою, впливає на собівартість кінцевої продукції. Проведений аналіз показав, що будь-яка зміна витрат на утримання та експлуатацію позначиться на розмірі чистого прибутку від реалізованої продукції. А оскільки передумовою ефективної цінової політики підприємства є оптимальне формування ціни, що може бути реалізовано за рахунок зниження собівартості, то виникає необхідність у дослідженні шляхів зниження даних витрат, тому що саме вони здійснюють найбільший вплив на собівартість та ціну порівняно з іншими досліджуваними чинниками.

Таким чином, методологія кореляційно-регресійного аналізу дала змогу гнучко виявити питому вагу та значущість чинників, які впливають на прибуток підприємства, та швидко пристосовуватися до них в умовах зміни чинників ринкового середовища. А оскільки прибуток є основним індикатором, що показує ефективність цінової політики, то саме цьому показнику варто приділяти значну увагу в процесі управління ціновою політикою. Це пояснюється тим, що за допомогою коригування факторів виробництва шляхом зниження калькуляційних витрат можна позитивно вплинути на ефективність та прибутковість діяльності підприємства, що є основною метою управління ціновою політикою.

Дійсно, процес управління ціною являє собою визначення рівня цін і можливих варіантів їх зміни залежно від цілей та завдань, що стоять перед підприємством в короткотерміновому періоді та в перспективі. Отримані результати кореляційно-регресійного аналізу дають змогу використовувати їх для обґрунтування управлінських рішень щодо прогнозування, планування та формування цінової політики на підприємствах кондитерської галузі.

Висновки з проведеного дослідження.

Результати дослідження показують, що управління ціновою політикою є досить важливим та актуальним для кожного підприємства та для підприємств кондитерської галузі зокрема. У ході дослідження виявлено та охарактеризовано найбільш вагомі чинники впливу на систему управління ціновою політикою, зокрема варто виділити собівартість реалізованої продукції, яка є основою під час формування ціни на продукцію. Для аналізу та значимості впливу даного чинника запропоновано та проведено кореляційно-регресійний аналіз, який дає змогу виявити взаємозалежну поведінку показників та спрогнозувати її в майбутньому.

Окрім того, розроблено економетричну модель лінійної регресії, згідно з якою проведено опис впливу вибраних чинників на значення результуючої ознаки.

У результаті аналізу виявлено значний вплив таких внутрішніх чинників, як витрати на утримання та експлуатацію обладнання та збутові витрати на чистий прибуток від реалізованої продукції. На нашу думку, ці чинники значно розширюють фінансові можливості підприємств кондитерської галузі, оскільки вони є засобом зниження фінансових витрат. Це, своєю чергою, забезпечить збільшення прибутку в майбутньому, оскільки більшість вітчизняних підприємств, які виробляють продукцію кондитерської галузі, використовують в процесі виробництва застаріле обладнання зі значним фізичним зносом. Заміна ж основних фондів на нове обладнання з кращими технічними характеристиками забезпечить виробництво якіснішої продукції в більших обсягах за мінімізації витрат на ремонт та утримання. Проте питання ефективності управління ціною в сучасних ринкових умовах є досить складним та багатостороннім, тому його подальше дослідження є актуальним та важливим.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Цінова політика підприємства в умовах маркетингової орієнтації : монографія. Донецьк : ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2012. 148 с.
2. Дудка Т.В. Сучасний стан та оцінка прибутковості діяльності підприємств кондитерської промисловості України. *Економіка харчової промисловості*. 2014. С. 17-20.
3. Косинська О.В. Оптимізація витрат як засіб підвищення прибутковості підприємств. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2017. № 7. С. 106-110.
4. Марченко Д.М. Удосконалення організації внутрішнього фінансового контролю підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 2. С. 163-171.
5. Наконечний С.І. Економетрія : підручник / за ред. Т.О. Терещенка, Т.П. Романюка. Київ : КНЕУ, 2015. 520 с.

6. Руденко В.М. Математична статистика : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 304 с.

7. Тормос Ю.Г. Ціни та цінова політика : навчальний посібник. Київ, 2011.

8. Чорна Л.О. Управління ціноутворенням в каналах реалізації продукції підприємств харчової промисловості : монографія. Київ : НУХТ, 2016. 239 с.

9. Шестак О.В. Сучасний стан та тенденції розвитку кондитерської галузі. *Вісник НТУ «ХПІ». Актуальні проблеми розвитку українського суспільства*. 2016. № 6 (980). С. 132-137.

10. Шишкін Є.В. Математичні методи та моделі в управлінні : навчальний посібник. Київ, 2014. 440 с.

11. Фінансова звітність приватного акціонерного товариства «Кондитерська фабрика «АВК» м. Дніпро». URL: <https://smida.gov.ua/db/participant/00373882> (дата звернення: 15.05.2019).

REFERENCES:

1. Balabanova L.V. (2012) *Cinova polityka pidpryjemstva v umovah marketingovoi' orijentacii* [Price policy of the company in the marketing orientation]. Donetsk: Don TUET named after M. Tugan-Baranovsky, 148 p. (in Ukrainian).

2. Dudka T.V. (2014) *Suchasnyj stan ta ocinka prybutkovosti dijil'nosti pidpryjemstv kondyters'koi' promyslovosti Ukrainy* [Current status and estimation of profitability of the enterprises of the confectionery industry of Ukraine]. *The economy of the food industry*, no. 2, pp 17-20. (in Ukrainian).

3. Kosyn'ska O.V. (2017) *Optymizacija vytrat jak zasib pidvyshhennja prybutkovosti pidpryjemstv* [Opti-

mization of costs as a means of increasing the profitability of enterprises]. *Formation of market relations in Ukraine*, no. 7, pp. 106-110. (in Ukrainian).

4. Marchenko D. M. (2010) *Udoskonalennja organizacii' vnutrishn'ogo finansovogo kontrolju pidpryjemstv* [Improvement of organization of internal financial control of enterprises]. *Actual problems of the economy*, no. 2, pp. 163-171. (in Ukrainian).

5. S.I. Nakonechnyj, T.O. Tereshhenko, T.P. Romanjuk (2017) *Ekonometrija* [Econometrics]. Textbook Kyiv: KNEU, p. 520. (in Ukrainian).

6. Rudenko, V.M. (2017) *Matematychna statystyka* [Mathematical Statistics]. Teach manual. Kyiv: Center for Educational Literature, p. 304. (in Ukrainian).

7. Tormos Ju.G. (2011) *Ciny ta cinova polityka* [Prices and pricing policies]. Tutorial, Kiev. (in Ukrainian).

8. Chorna L.O. (2016) *Upravlinnja cinoutvorennyam v kanalah realizacii' produkcii' pidpryjemstv harchovoi' promyslovosti* [Management of pricing in the channels of sales of products of enterprises of the food industry]. Monograph, Kyiv: NUKHT, p. 239. (in Ukrainian).

9. Shestak O.V. (2016) *Suchasnyj stan ta tendencii' rozvytku kondyters'koi' galuzi* [The current state and trends of the confectionery industry]. *Actual problems of development of Ukrainian society* vol. 6, no. 980, Kharkiv: NTU "KhPI", pp. 132-137. (in Ukrainian).

10. Shyshkin Je.V. (2014) *Matematychni metody ta modeli v upravlinni* [Mathematical methods and models in management]. Tutorial, p. 440. (in Ukrainian).

11. Financial statements of the private joint-stock company "Confectionery factory AVK" of the city of Dnipro. Available at: <https://smida.gov.ua/db/participant/00373882>. (accessed 15 May 2019).

Malyuka Kateryna

Student

National Technical University of Ukraine
"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"**Marchenko Valentyna**

Doctor of Economic Sciences,

Professor of the Department of Economics of Entrepreneurship

National Technical University of Ukraine

"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

APPLICATION OF CORRELATION-REGISTRATION ANALYSIS IN MANAGEMENT PRICE POLICY OF CONFECTIONERY COMPANIES

The purpose of the article. The purpose of the study is to determine the essence of price policy and its significance in the conditions of market economy uncertainty, as well as to identify the most important factors influencing the process of price policy management. Since the mechanism of price policy management of an enterprise can be realized through specific levers of influence on the resultant feature, the purpose of the study is also to identify and describe the connection between these values with the help of an econometric model, namely multifactorial correlation-regression analysis.

Methodology. For the solution of goals were used analytical and statistical methods such as selective observations, groups, average sizes, comparative analysis, systematization and generalization. Theoretical and methodological basis of researches became fundamental provisions of the economic theory, laws and regulations of Ukraine, monograph, scientific articles of domestic and foreign scientists.

Results. During the article it was studied problems of the importance of price policy management and particular attention is paid to one of the most important aspects - factors influencing the pricing policy. Nowadays, the fact that it depends on the price of a product depends on its success or failure does not require proof. However, this was not always the case. Importance of pricing was underestimated for many years. The article presents the meaning of price policy features and the basic principles of formation.

During the research, the most important factors influencing the price policy system were identified and described, in particular, factors such as the cost price of sales, which is the basis for the formation of the price of products, should be highlighted. For the analysis and significance of the influence of this factor, a correlation-regression analysis was proposed and conducted that allows revealing the interdependent behavior of the indicators and predicting it in the future.

In order to specify the system of mutual influences of economic factors on price policy (the resulting feature), we suggest using the method of correlation-regression analysis. The choice of this method is substantiated by the fact that with this method it is possible to determine the degree of dependence between determinants, namely, the intensity of their influence on each other (according to the method of pair regression) and also to predict the interdependent behavior of indicators in the future.

In addition, an econometric model of linear regression was developed, according to which the description of the influence of the selected factors on the value of the resulting trait was made.

As a result of this analysis, significant influence of such internal factors as the costs of maintenance and operation of equipment and sales expenses on net profit from sales were revealed. In our opinion, these factors considerably expand financial possibilities of enterprises of the confectionery industry, as they are a means of reducing financial expenses. This, in turn, will provide increased profits in the future, as most domestic enterprises producing confectionery products use obsolete equipment with significant physical deterioration in the production process. The replacement of the main assets for new equipment, with the best technical characteristics, will ensure the production of better-quality products, in larger volumes while minimizing the cost of repairs and maintenance. However, the question of the effectiveness of price management in today's market conditions is quite complex and multilateral, so its further research is relevant and important.

Practical implications. The results of this study indicate that price policy management is very important and relevant for each enterprise and for the confectionery industry in particular. The results of the correlation-regression analysis allow to use them to substantiate management decisions regarding forecasting, planning and pricing policy in the confectionery industry.

Value/originality. In this work we were analyzing the price policy and its importance for domestic enterprises. The author revealed and described the connection between the factors of influence on price policy with the help of an econometric model.